

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA - UNIR
CAMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

BEATRIZ BUSCH GABERCHT

PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO À PESSOA
IDOSA NA AGÊNCIA BANCO DO BRASIL NA CIDADE DE CACOAL
RONDÔNIA

CACOAL / RO

2016

BEATRIZ BUSCH GABERCHT

**PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO À PESSOA
IDOSA NA AGÊNCIA BANCO DO BRASIL NA CIDADE DE CACOAL
RONDÔNIA**

Artigo científico apresentado a Fundação
Universidade Federal de Rondônia – UNIR –
Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles
como requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Marcos Tadeu Simões
Piacentini

CACOAL / RO

2016

G588t	<p>Gabercht, Beatriz Busch.</p> <p>Percepção da qualidade no atendimento à pessoa idosa na agência Banco do Brasil na cidade de Cacoal Rondônia / Beatriz Busch Gabercht – Cacoal/RO: UNIR, 2016. 34f.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal. Orientador: Prof. M.e Marcos Tadeu Simões Piacentini .</p> <p>1. Atendimento - Qualidade -. 2. Satisfação - Clientes. 3. Idosos. 4. Agência bancária. I. Piacentini, Marcos Tadeu Simões. II. Universidade Federal de Rondônia – UNIR. III. Título.</p> <p>CDU – 658</p>
-------	---

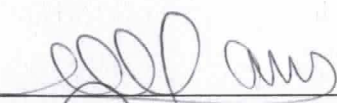
Catálogo na publicação: Naiara Raissa Passos – CRB11/891

ATA DE DEFESA DO ARTIGO DE CONCLUSÃO DE CURSO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – 06 DE JULHO DE 2016.

Aos 06 (seis) dias do mês de Julho de dois mil e dezesseis, reuniu-se na Sala 03 – Bloco B do Curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR – *Campus* Professor Francisco Gonçalves Quiles, a banca constituída pelos Professores PROF. MS. MARCOS TADEU SIMÕES PIACENTINI (presidente), PROF. MS. GERALDO LUIZ FRANCISCO DA SILVA (membro) e PROF^a MS. JANE APARECIDA NUNES DE ARAÚJO (membro), para examinar o (a) candidato (a) **BEATRIZ BUSCH GABERCHT** na prova de defesa de seu Artigo de conclusão de curso intitulado PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO À PESSOA IDOSA NA AGÊNCIA BANCO DO BRASIL NA CIDADE DE CACOAL RONDÔNIA. O presidente da Comissão iniciou os trabalhos às 19:35 h, solicitando à candidata que apresentasse resumidamente os principais aspectos de seu trabalho. Concluída a exposição, os examinadores arguiram alternadamente a candidata sobre os diversos aspectos do Trabalho. Após a arguição, a Comissão reuniu-se para avaliar o desempenho do (a) candidato (a), obtendo a nota final 75 (setenta e cinco). A ata segue assinada pelos membros da banca.

Cacoal / RO, 06 de Julho de 2016.

Banca Examinadora:



PROF. MS. MARCOS TADEU SIMÕES PIACENTINI
Presidente



PROF. MS. GERALDO LUIZ FRANCISCO DA SILVA
Membro



PROF^a MS. JANE APARECIDA NUNES DE ARAÚJO
Membro

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos primeiramente a Deus por ter me dado saúde e força para completar mais uma etapa em minha vida. Ao professor orientador, aos participantes da pesquisa, minha família que sempre teve paciência para entender os motivos de falta de atenção para com os mesmos. A todos os amigos que sempre me incentivaram para concluir o curso e que foram muito importantes na minha vida acadêmica.

PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO À PESSOA IDOSA NA AGÊNCIA BANCO DO BRASIL NA CIDADE DE CACOAL RONDÔNIA¹

Beatriz Busch Gabercht²

RESUMO: A qualidade no atendimento é um ponto chave para as agências, pois, propõe aos clientes uma confiança, podendo assim realizar suas transações bancárias com segurança. Este artigo trata-se de um estudo sobre a qualidade no atendimento à pessoa idosa em uma agência bancária no município de Cacoal/RO. A pesquisa tem como objetivo avaliar e descrever os fatores determinantes da qualidade no atendimento ao cliente e identificar os principais fatores intervenientes na prestação de serviços e na visão dos entrevistados. Para se obter os dados, foi utilizado a pesquisa exploratória, o método dedutivo e a abordagem qualitativa. Foram utilizadas como técnicas para a coleta de dados a pesquisa bibliográfica e a entrevista semiestruturada, contando com doze perguntas, com questões abertas e fechadas, para as perguntas foi feita uma análise dos dados e interpretação por parte do autor. Os resultados mostram a satisfação das pessoas da terceira idade, o tempo de atendimento, o esclarecimento das dúvidas, o auxílio dos funcionários, o sistema de segurança, o atendimento prioritário e os motivos que causam desconforto nas salas de autoatendimento. Observa-se que a maior dificuldade que os clientes encontram são a falta de atenção com os mesmos. Como ponto positivo para a agência, propõe um melhor atendimento para as pessoas da terceira idade. Sugere-se para a agência pesquisada que possa melhorar e capacitar os funcionários para atender esses clientes, oferecendo mais satisfação aos mesmos, investigando as informações obtidas na pesquisa. Para trabalhos futuros recomenda-se que sejam feitas pesquisas relacionadas com os clientes da agência.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade no atendimento. Satisfação dos clientes. Pessoa idosa. Agência bancária.

INTRODUÇÃO

Quando se refere a satisfação do público na inserção de serviços prestados as pessoas, descreve-se a busca por um melhor atendimento. Diante de uma procura pelo quesito qualidade no atendimento bancário, as agências enfatizam em estratégias para fidelizar seus clientes, dando atenção no atendimento. Em relação aos clientes de terceira idade, a atenção tem que ser maior, pois são clientes que precisam de um atendimento criterioso e cuidadoso.

¹Artigo de Conclusão de Curso apresentado a Fundação Universidade Federal de Rondônia, Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, sob orientação do Prof^o Ms. Marcos Tadeu Simões Piacentini.

² Acadêmica do VIII Período de Administração, e-mail bia.gabercht397@gmail.com

Com o aumento da população da terceira idade é benéfico para as agências bancárias investirem em construir um relacionamento estratégico para esses clientes.

Grande maioria dos trabalhadores registrados recebem seus salários por intermédio dos bancos e que 18 milhões de aposentados e pensionistas do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) possuem seus benefícios depositados nas agências bancárias, podendo movimentá-los com ou sem conta corrente, mas somente com o cartão magnético. (DÓCOLOAS, 2004, p.26)

Nota-se, de acordo com o autor acima, que há uma crescente tecnologia em todos os setores, segundo Mazzoni e Torres (2008, p.1231) “[...] a presença das tecnologias no cotidiano das pessoas vem crescendo mais e mais, entre elas, estão a informática, telefonia móvel, a TV digital e os caixas bancários de autoatendimento”, o que mostra que se sabendo que a agência bancária possui clientes idosos, ela poderia estabelecer uma forma mais fácil e de melhor praticidade para usar meios que possam ajudar e facilitar a estas pessoas, a fazerem suas tarefas, para que possam ter confiança tanto nos funcionários e comodidade nos serviços ofertados para eles.

Com o surgimento das novas tecnologias, os jovens são quem mais se adequam a esse processo tecnológico possuem facilidades e rapidez quanto a esses avanços. Em contrapartida, os idosos apresentam dificuldades quanto ao manuseio dessas tecnologias em que as agências bancárias vão adicionando em suas agências. Complementando, Mazzoni e Torres (2008) observa que a informação é uma forma de acessibilidade quando existe preocupação com a mesma, passando para as pessoas de forma que as faça conhecer e compreender as suas responsabilidades sobre a informação que lhes é apresentada. Algumas pessoas da terceira idade apresentam dificuldades quanto o acesso à informação, como também tem algumas que possuem dificuldades quanto aos avanços da tecnologia.

Em busca por um aperfeiçoamento melhor em estratégias utilizadas pelas agências, tendo em vista que os jovens possuem maior facilidade ao processo tecnológico, se adequando com facilidade e rapidez quanto a esses avanços, os gerentes das agências propõem a elaboração de estratégias que possam facilitar o acesso aos mesmos, não deixando de lado os clientes da terceira idade, que possuem maiores dificuldades nos processos tecnológicos.

Sendo assim as estratégias utilizadas pelas agências são: a capacitação dos

funcionários, para dar auxílio aos que sentem dificuldades na hora de fazer suas transações nos caixas de autoatendimento. Tendo em vista que, a falta desses funcionários capacitados para atender ocasiona muitas vezes aos clientes que sentem dificuldade na hora de receber o pagamento e depósito de valor baixo um desconforto, insegurança e até mesmo o risco de serem roubados.

A pesquisa foi delimitada na área de Gestão da Qualidade e Produtividade, e constitui em analisar as atividades realizadas por pessoas da terceira idade no autoatendimento, como saques, pagamentos e a obtenção de extratos bancários. A escolha do tema se deu pela importância de conhecer a forma com que os mesmos são tratados dentro da agência, tentar abranger a qualidade do atendimento na agência bancária. Com isso a pergunta norteadora desta pesquisa, parte do seguinte problema: ***Qual a satisfação da qualidade percebida pelos clientes da terceira idade aos serviços prestados pelo autoatendimento de uma agência bancária?***

A pesquisa teve como objetivo geral avaliar a qualidade no atendimento ao cliente, na perspectiva da pessoa idosa, em relação ao serviço de autoatendimento oferecido na Agência do Banco do Brasil de Cacoal-RO. Subsequente, os objetivos específicos procuram descrever os fatores determinantes da qualidade na prestação de serviços; analisar o nível de percepção dos idosos em relação à qualidade do serviço prestados no contexto da pesquisa e identificar os principais fatores intervenientes na qualidade da prestação de serviços, na visão dos entrevistados.

O estudo foi realizado na agência bancária da cidade de Cacoal-RO. A agência encontra-se em um ambiente competitivo e estratégico, onde procura facilitar o acesso para seus clientes. Em meio a isso, torna-se necessário encontrar formas de contribuição para a agência bancária, permitindo analisar e identificar os problemas existentes quanto em relação ao atendimento e redução das dificuldades encontradas pelas pessoas da terceira idade.

Desse modo, a pesquisa buscou contribuir com informações pertinentes ao atendimento com qualidade às pessoas da terceira idade, procurando identificar a qualidade com que são atendidos, a satisfação com o tempo levado para ser realizado o atendimento, o sistema de segurança e o atendimento prioritário, pois foram analisados os pontos positivos e negativos, assim como os desafios encontrados, sendo uma ferramenta de auxílio para os

clientes, com um estudo realizado com os clientes idosos da agência.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Serão apresentados a seguir alguns conceitos abordando a qualidade, qualidade no atendimento bancário, tecnologias de suporte ao atendimento bancário, cliente e o perfil da terceira idade no Brasil.

1.1 QUALIDADE

Em geral a sociedade se mostra mais exigente na escolha de um órgão para depositar a confiança. Procuram a satisfação dos serviços que são prestados, incluindo a eficiência, a rapidez, a qualidade e a confiança. Quando se trata de atendimento tem como principal objetivo os clientes, pois são eles que fazem a imagem da empresa, seja ela positivas ou em situações negativas.

“A qualidade no atendimento vai desde a abordagem dos clientes até a resolução dos seus problemas” (RODRIGUES, p.22, 2012). Analisando esse momento em que o cliente entra em contato com o funcionário obtêm-se essa primeira impressão, fortalecendo assim o órgão competente para que haja uma melhor qualidade, visando à otimização (ERBELE, 2009).

Diante das definições sobre a qualidade, alguns pontos importantes sobre a diversidade e complexidade deste conceito e as características, conforme Scheuer (2001, p.2)

Com base no desenvolvimento de programas de qualidade, as empresas do setor financeiro estão procurando combinar o foco no cliente com processos eficazes para o desenvolvimento de produtos e serviços que atendam de maneira detalhada aos desejos dos clientes. De fato, no mercado financeiro, é importante ressaltar que antes de desenvolver produtos é fundamental “desenvolver” clientes.

Na qualidade dos serviços prestados, os tópicos citados por Scheuer (2001), sobre a relação da qualidade na satisfação do consumidor, podem ajudar no esclarecimento das questões voltadas ao atendimento com qualidade, obtendo assim um resultado satisfatório dentro da empresa, pois tem a percepção da sociedade quanto ao que acontece na empresa,

agregando valor ao trabalho prestado pelos funcionários e ao mesmo tempo consistindo na satisfação do consumidor.

O atendimento com qualidade ao cliente pode ser considerado como o principal fator de vantagens competitivas de uma empresa, em que a adoção de estratégias, traz vantagem maior em relação aos concorrentes, fornecendo produtos e serviços com qualidade.

Em um mercado globalizado, no qual a competição é muito intensa e frequente as empresas devem possuir ferramentas e estratégias que as diferenciem dos diversos concorrentes, dentre as quais a estratégia de fornecer produtos ou serviços com um alto grau de qualidade se torna uma das estratégias mais efetivas (NASCIMENTO, p.11, 2011).

A qualidade é, antes de tudo, uma opção a ser feita. “[...] qualidade define para quais consumidores o produto deve mais bem se ajustar” (PALADINI, 2009, p. 01). Uma empresa que tem por finalidade analisar e satisfazer a necessidade de seus clientes tem por objetivo fazer bem feito e que esses meios sejam facilitados a todos que necessitem de cumprir a missão que ela possui com seus clientes.

Nota-se que a qualidade começa desde quando os clientes são abordados até o momento em que se resolvem os seus problemas, colocando o cliente em atenção maior, para que assim possa garantir um atendimento com eficiência e qualidade, pois o cliente procura ser bem tratado em um atendimento, satisfazendo as suas necessidades quanto à resolução de seus problemas. Um produto oferecido para o cliente com qualidade, atinge um dos principais pontos de satisfação do cliente. “É necessário que a empresa compreenda o interesse de seus clientes e saiba se colocar no lugar dos mesmos” (RODRIGUES, 2012, p.22).

Cabral (2006) relata que a empresa deve basear-se em um modelo que possa integrar e consolidar todos os setores em busca de melhorias contínuas, tendo como condutora a qualidade, aproveitando o máximo de recursos disponíveis como também o comprometimento dos empregados para que assim possa trazer lucratividade para a empresa, e oferecendo conforto e confiança aos seus clientes.

Ao Tentar conceituar o processo de qualidade, percebe-se alguma dificuldade, encontrando-se várias ideias e faces desse assunto, podendo encontrar diversas definições. Assim a empresa deve basear-se num modelo que integre e consolide todos os setores na busca de melhorias contínuas, tendo a qualidade como fio condutor à obtenção de ganhos de produtividade, do máximo aproveitamento dos recursos disponíveis, do comprometimento dos empregados com o negócio e o

destino da empresa e de uma estrutura de tomadas de decisão descentralizada e de melhores níveis de lucratividades. (CABRAL, 2006, p.11)

Ainda em sua definição sobre qualidade o autor supracitado, descreve que a qualidade possui várias definições, porém é algo necessário para todas as empresas, para que possam manter um contato satisfatório com os clientes.

Contato satisfatório em que as empresas apresentarão novas tendências. “[...] o entendimento predominante nas últimas décadas e que certamente representa a tendência futura é a conceituação de qualidade como satisfação dos clientes” (CARPINETTI, 2012, p. 12). Percebe-se a importância dos clientes, que através dos mesmos as empresas mantêm-se no mercado. Assim, as empresas procuram satisfazer os clientes em seu processo de atendimento, qualidade, na oferta de serviços especializados, garantindo aos clientes uma resposta à busca por seus serviços, onde a empresa opta por maior competitividade em seus serviços, trazendo lucros altamente significantes através da satisfação dos clientes.

A Qualidade é vista como algo mensurável, onde por meio dela é possível obter maior competitividade e como consequência o aumento da lucratividade da empresa através da satisfação do cliente que proporcionam uma maior fidelização ao produto, maior retenção de clientes que consequente gera maiores níveis de vendas. (COSTA, NASCIMENTO; PEREIRA, 2011, p.12)

Em relação a qualidade, para os clientes é essencial a satisfação dos mesmos para que as empresas possam seguir à frente no mercado, procurando obter informações diariamente sobre a satisfação dos clientes, a fidelização dos mesmos, levantando dados para que possa se fazer um melhoramento na empresa se caso a mesma esteja a imagem destruída diante dos concorrentes.

Portanto, as empresas que aderirem ao quesito de qualidade no atendimento como prioritário possuem oportunidades relevantes de uma melhora em seu sistema de qualidade, podendo assim, propor aos seus clientes, através de uma forma mais atrativa e satisfatória de atendimento e melhora em sua gerência, tanto de serviços como também a oferta de produtos, com satisfação e atendimento com qualidade aos clientes fidelizados na empresa.

1.2 QUALIDADE NO ATENDIMENTO BANCÁRIO

Conforme Teixeira e Cavalcanti (2005, p. 217) “[...] os bancos, além das funções

bancárias clássicas de captação de recursos e intermediação financeira, possuem outras funções”. Como exemplo dessas funções apresenta-se, o conjunto de procedimentos destinados à averiguação do risco de inadimplência que são oferecidos pelas empresas de crédito, procurando levar em conta três dimensões básicas: a predisposição moral ao pagamento do crédito contratado, a expectativa de disponibilidade de recursos para honrar os compromissos nas datas previamente acordadas e a associação de garantias reais na hipótese de inadimplência.

A cada momento nos deparamos com o surgimento de novos serviços e produtos no setor bancário é crescente essa diversidade oferecida pelas agências e a maior parte destes busca satisfazer as necessidades dos seus clientes, pois sem os mesmos, estas não teriam como seguir em um dos seus principais negócios: o de captação de recursos para investimentos, empréstimos, financiamentos etc. Os bancos agem como um elo entre a empresa e cliente de forma a captar dinheiro e emprestar a seus possíveis clientes (RODRIGUES, 2012, p.12).

Conforme Dócolas (2004, p. 16) “os bancos, de uma maneira geral, visando baixar seus custos e proporcionar conforto e rapidez aos seus clientes, estão investindo pesadamente na automação dos canais de atendimento”. Conforme as inovações tecnológicas, as agências bancárias mantêm seus funcionários capacitados e preparados para o avanço dessas tecnologias, obtendo um atendimento com qualidade e rapidez para seus clientes, permanecendo no mercado atual com vantagens competitivas e aumentando a fidelização dos mesmos.

Para atender as necessidades, em constante mudança de seus clientes as instituições buscam se reestruturar, com adaptações de novas tecnologias no mercado atual, segundo Ribeiro, Machado e Tinoco (2010), isso faz com que as agências bancárias façam a promoção de melhoria da qualidade nos serviços que elas oferecem para garantir a fidelização dos clientes. Mesmo os clientes estando satisfeitos em uma empresa, não diz que os mesmos não possam ir procurar resolver seus problemas com os concorrentes. O que faz do cliente a fidelização é a forma com que é tratado em uma empresa. A empresa proporciona aos clientes a satisfação em seus serviços para que assim os mesmos estejam satisfeitos e divulgando a imagem positiva da empresa.

Clientes insatisfeitos são mais propensos a divulgar de forma negativa a imagem da empresa, o que leva a ocasionar problemas de imagem e reputação da mesma. Já os clientes satisfeitos tendem a se fidelizar com as empresas que satisfazem as suas necessidades, mas não divulgam a empresa na mesma expansão que um insatisfeito. (RODRIGUES, 2008, p.18).

Para que um banco possa manter seus clientes por um tempo prolongado em sua agência, eitem que buscar várias estratégias paraatraí-los, de forma com que se sintam confortáveis e que possam levar um reconhecimento maior dos serviços ofertados. A agência bancária deve proporcionar um atendimento com qualidade, com maior confiabilidade dos serviços oferecidos, pois, os clientes satisfeitos terão uma boa imagem da mesma, ao contrário dos clientes insatisfeitos, pois terão uma propensão maior de divulgar a imagem negativa da agência.

Em relação ao atendimento que deve dar ao cliente, cita-se a importância da qualidade do atendimento, com profissionais da área treinados e capacitados para que haja uma satisfação e confiança por parte dos clientes. Sendo assim, a agência precisa se manter atenta no quesito de treinamento para seus funcionários, fazendo com que tenham motivação e se sintam-se preparados quanto aos serviços, oferecendo assim cursos preparatórios, incentivos e motivação.

Na busca da qualidade ao atendimento ao cliente, deve-se estruturar ambientes empresariais de vendas, por meio de treinamentos específicos para os funcionários que lidam diretamente com os consumidores / clientes e para aqueles cuja a função é a de fornecer apoio aos negócios, para que o atendimento seja, de fato, um diferencial de competitividade da empresa / cliente (CABRAL, 2006, p14.).

Contudo, visa a agência bancária se dispor em relação aos funcionários, para treiná-los, capacitá-los e prepará-los para que possam realizar um atendimento com qualidade esperada pelos clientes que ali buscam um meio mais prático e ágil para realizarem suas transações bancárias.

1.3 TECNOLOGIAS DE SUPORTE AO ATENDIMENTO BANCÁRIO

Com a chegada das tecnologias digitais, há a criação de novas possibilidades de comunicação criando o uso de imagens digitais, formação de sons, animações e diversos meios de comunicação, trazendo benefícios para uma nova área de estudo que vai sendo descoberta a cada estudo proposto. A cada dia surgem novas tecnologias, a presença dessas tecnologias está cada vez mais forte na vida das pessoas, não deixando de estar presente em todas as áreas, são elas: as televisões digitais, telefonia móvel, e diversos equipamentos que são necessários no cotidiano da sociedade, proporcionando um diferencial competitivo, a modernização e aprimoramento de recursos tecnológicos.

As tecnologias digitais de informação e comunicação (TIC) são responsáveis pelo processo de globalização e poderão determinar como será a participação das pessoas idosas em um futuro próximo, associando-se com o bem-estar das pessoas, a capacidade de desempenho das atividades cotidianas das mesmas, assim como também tem as possibilidades de atividades laborais, culturais e sociais (MAZZONI; TORRES, 2000).

O setor bancário possui uma grande preocupação em relação aos novos avanços tecnológicos e as tecnologias digitais, sendo necessária a disponibilidade de recursos tecnológicos, para que assim a agência possa atender de forma segura e eficiente, trazendo conforto aos clientes e a satisfação na realização dos serviços bancários.

A implantação da tecnologia torna-se necessária, pois dará ao cliente facilidade em suas transações bancárias e os bancos poderão diminuir o fluxo de pessoas dentro da agência, fazendo com que os clientes utilizem mais as máquinas de autoatendimento ou a Internet, trazendo aos bancos uma diminuição de custos com honorários, já que as máquinas trabalham em tempo integral, e possibilitam a utilização do quadro funcional para outras atividades como vendas de capitalização, seguros, previdência, cartões e outros (PINHEIRO FILHO, 2004, p.24).

O autor supracitado relata a importância das agências bancárias tornarem necessário o uso das tecnologias, oferecendo aos clientes a satisfação de um serviço eficiente e rápido, pois, assim diminui as filas e os transtornos daqueles que vão frequentemente as agências para resolverem seus serviços. Contudo, com o uso constante das tecnologias, a agência bancária apresentará grandes vantagens, mas trazendo aos seus funcionários a capacitação e qualificação dos mesmos.

Para Carpinetti (2012, p. 1) “O raciocínio é muito simples: clientes satisfeitos representam faturamento, boa reputação novos pedidos, resultados para a empresa, empregos e remuneração para os funcionários”, portanto, as agências bancárias estão buscando formas de redução de custos, atraindo clientes e novas formas de atratividade para competir no mercado.

Assim deve observar se existe uma maior atenção nas políticas estratégicas destas instituições bancárias, em buscar maneiras de capacitar, investir em tecnologia e treinamentos. A falta de investimento dessas instituições pode ocasionar futuramente perda de mercado, pois a falta de ferramentas que proporcionem o crescimento da empresa no mercado competitivo abrirá espaço para novos empreendimentos que proporcionem grandes desafios para as mesmas se mantiverem ou alcancarem o crescimento do mercado (RODRIGUES, 2012, p. 14)

Segundo o autor acima citado, a forma de atendimento que as agências poderiam

adotar é: melhores ambientes de autosserviço, canais de acesso eletrônico, para que possa redirecionar os clientes para meios mais fáceis e rápidos em seu atendimento, fazendo dos processos tecnológicos um meio prático para realizarem suas transações bancárias.

O setor bancário atribuindo suas atividades com inovações em seus serviços, adota formas diferentes de relação com o cliente, propondo confiança, devido algum benefício proposto pela agência e identificando possibilidades de intermediação na parte financeira.

Encontra-se nos caixas bancários de autoatendimento (CAA) os vários serviços de uso mais frequente, oferecendo vários tipos de serviços, como: depósitos, transferências, pagamentos, aplicações em poupança (entre outros), ficando em local fácil de localização, estando sempre à disposição dos clientes do banco, oferecendo mais acessibilidade aos clientes jovens com a facilidade no acesso e em outro ponto dificultando o acesso para os idosos. Assim como há um atendimento com qualidade para os mais jovens, obtém-se um atendimento com qualidade também para os idosos, que apesar das novas tecnologias afrontam as tecnologias e encaram no dia a dia, com o atendimento normal (MAZZONI; TORRES, 2008). Para as pessoas da terceira idade que trazem o anseio por um melhor atendimento, obtém-se a procura por uma agência de confiança e que proporcione, apesar das novas tecnologias que surgem recentemente esperam que a agência proporcione um atendimento conforme o esperado.

1.4 CLIENTE

Algumas das empresas bem-sucedidas no mercado atual e concorrente estão melhorando as condições de atendimento, optando por um atrativo maior e proporcionando ao cliente fatores-chave que possam chamar a atenção dos mesmos, com propagandas, anúncios, para que o cliente possa sair satisfeito da empresa. A necessidade de um bom *marketing* oferece aos clientes aquilo que a empresa propõe e o que eles desejam.

As ações de *Marketing* de uma organização devem ser permeadas com medidas que favoreçam e aumentem a satisfação do cliente, pois através de uma avaliação positiva, a empresa pode garantir ou, no mínimo, caminhar para um posicionamento adequado e lucrativo no mercado em que está inserida (SANTOS, 2008, p. 07).

De acordo com o autor, o *marketing* é um fator importante para a empresa, podendo

incorporar a satisfação dos seus clientes, caso isso não ocorra a empresa ainda poderá perder seus clientes como também pode interferir na sua imagem. Para Santos (2008), a alma da empresa é o cliente, fidelizando os clientes há uma possibilidade maior de garantir a imagem da empresa. A satisfação dos clientes é uma forma em que as empresas conseguem manter-se no mercado, fidelizando seus clientes com o melhor que podem oferecer, trazendo a certeza de que com um atendimento de qualidade os clientes sempre voltarão, criando uma forte relação entre empresa e cliente.

Os clientes se atentam para bons produtos, serviços satisfatórios e um atendimento que possa agradá-los, para isso as empresas precisam conhecer seus clientes, buscando informações por meio de pesquisas, promoções que chamarão a atenção dos mesmos, e usar da criatividade para que mesmo oferecendo os mesmos produtos e preço que a concorrência possam fazer a diferença. Neste contexto nota-se a presença da concorrência aumentando a cada dia mais. Logo, Ribeiro e Tinoco (2007, p.779) citam em sua obra a fundamental importância das empresas procurarem se aproximar dos clientes, “diante desse cenário, é fundamental para as empresas de serviços aproximarem-se do cliente, conhecer suas necessidades, expectativas e identificar os atributos mais importantes do serviço oferecido”. Portanto, surge a necessidade de identificar os clientes de forma com que traga para os mesmos o conforto e a confiabilidade dos serviços ofertados pela empresa.

Neste contexto, com o crescimento das tecnologias e o aumento das empresas concorrentes, as agências bancárias vêm experimentando novas estratégias de aproximação com os clientes, adotando novas formas de se manter no mercado, proporcionando o bem-estar, conhecendo quais os fatores que influenciam os clientes quanto aos serviços oferecidos pela agência bancária.

Para que a diferenciação não conduza a um desperdício de recursos, o desafio dos gerentes é focar nas atividades que realmente atendam ou excedam as expectativas dos clientes. Para isso, é importante conhecer quais os fatores são determinantes para os clientes quando avaliam os serviços oferecidos pelos bancos (ZACHARIAS, FIGUEIREDO; ALMEIDA, 2008, p.03).

Clientes fiéis proporcionam resultados mais satisfatórios e lucrativos para a empresa, a demanda por serviços e produtos pelos clientes fez com que as agências bancárias adotassem estratégias mercadológicas, passando a investir com mais rigor na informatização. Conforme Dócolas (2004, p. 23), “[...] as instituições bancárias caracterizam-se por pertencer a conglomerados financeiros, isto é, grupos que englobam seguradoras, crédito imobiliário,

bancos de investimentos além do banco comercial”, o que faz das agências atribuírem os resultados do atendimento às tecnologias de autoatendimento, na espera de resultados satisfatórios.

1.5 PERFIL DA TERCEIRA IDADE NO BRASIL

No Brasil com o alto crescimento da população, nota-se a busca por um preparo e atendimento com qualidade necessária para as pessoas da terceira idade, opta por ser um desafio grande para as empresas que não se adaptaram com essa ideia. As empresas buscam se adaptar com rapidez e eficiência a essas inovações tecnológicas, como exemplo na área da saúde, no transporte e nas agências bancárias. Pois, com a rápida mudança, em específico as agências bancárias, se adaptam rapidamente para essas tecnologias.

Costa e Veras (2003) relatam que no Brasil o número de idosos aumentará cerca de 32 milhões em 2020, isso mostra um aumento de 500% em quarenta anos. Os autores apresentam fatores que possam fazer com que o Brasil ofereça uma atenção maior para essa população crescente, exemplos de fatores são a oferta de serviços com qualidade e especificações em devidas áreas de serviços e atendimentos especializados, não deixando de preparar pessoas para esse público.

Com o crescimento da população, a sociedade passa a cada ano por várias modificações, como exemplos de algumas são: as tecnologias, que estão crescendo, os meios de comunicação, que surpreendem a cada vez mais a população, com isso a população está sujeita a ter uma mudança em seu modo de viver. Alterando as condições econômicas que vão se tornando mais difíceis de serem alcançadas ao longo do tempo, dificultando para as pessoas da terceira idade, pois, são as quem mais possuem dificuldade com essas inovações.

Envelhecer é um processo natural que caracteriza uma etapa da vida do homem e dá-se por mudanças físicas, psicológicas e sociais que acontecem de forma particular cada indivíduo com sobrevida prolongada. É uma fase em que, ponderando sobre a própria existência, o indivíduo idoso conclui que alcançou muitos objetivos, mas também sofreu muitas perdas, das quais a saúde destaca-se como um dos aspectos mais afetados (MENDES, et. al. 2005, p.423).

Com o aumento da população os idosos necessitam de um atendimento para à saúde com mais frequência, o que surge um grande problema para o país, pois, há uma procura grande por médicos, a necessidade de remédios, envolvendo problemas que exigem algumas

intervenções com custos elevado. Segundo Veras (2003) o fato de que existe uma carência muito grande de profissionais treinados, com formação específica e com cursos reconhecidos pela qualidade acadêmica, esses profissionais muitas vezes possuem suas formações, mas não são reconhecidos, ocasionando a sua falta na área da saúde, trazendo problemas para os idosos que por terem idade avançada já não tem mais a saúde como tantos jovens não podendo esperar.

Envelhecer naturalmente com saúde requer um modo de vida diferenciado, com mais cuidados, junto com fatores que ajudam no dia a dia: cuidado com a saúde, ter orientação e ajuda quanto às atividades físicas, relações sociais e lazer que estão presentes no dia a dia. Mendes *et al.* (2005, p.424) explicam sobre o envelhecimento da população e explica a importância do envelhecimento:

O envelhecimento é entendido com parte integrante e fundamental do curso de vida de cada indivíduo. É nessa fase que emergem experiências e características próprias e peculiares, resultantes da trajetória de vida, na qual umas têm maior dimensão e complexidade que outras, integrando assim a formação do indivíduo idoso.

Percebe-se que um dos fatores que interferem no envelhecimento são as tensões sociais e psicológicas, decorrentes em muitos casos do modo de vida de que a pessoa está vivendo e as condições em que se encontra. Contudo, uma forma de se sentirem valorizados é ter uma renda extra, trabalhando e conquistando sua independência financeira aumentando sua autoestima.

Conforme Veras (2007), “[...] cerca de 25% da população idosa que vive nas regiões metropolitanas trabalham”, isso faz com que a pessoa idosa seja valorizada ainda mais, aumentando consequentemente sua autoestima e se beneficie com o aumento na renda, pois existem casos e casos de idosos aposentados que continuam a trabalhar, não tendo importância a idade, mas a precisão de uma renda extra.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é do tipo descritivo e exploratória, com abordagem qualitativa e o método dedutivo. De acordo com Andrade (1995, p. 98) a pesquisa exploratória “[...] tem por finalidades proporcionar maiores informações sobre o assunto, podendo facilitar a delimitação

de um tema, definindo objetivos ou formular hipóteses de uma determinada pesquisa”. Nesse método a pesquisa tende a facilitar o desenvolvimento das análises do projeto.

O estudo tem por abordagem a pesquisa qualitativa, como diz Silva (2006, p. 29) “têm-se preocupado com o significado dos fenômenos e processos sociais, levando em consideração as motivações, crenças, valores, representações sociais e econômicas, que permeiam a rede de relações sociais”. Podendo assim chegar a uma teoria ou previsão em algumas argumentações juntamente com os dados coletados.

As técnicas utilizadas para a pesquisa foram a pesquisa bibliográfica e entrevista semiestruturada. A pesquisa bibliográfica foi utilizada para obter um maior número de informações, assim como também os métodos e técnicas para a realização da pesquisa, que foi realizada com base em livros, sites, trabalhos acadêmicos, entre outras fontes. A entrevista semiestruturada (APÊNDICE A) utilizada conteve 12 (doze) perguntas, entre abertas e fechadas, realizadas com pessoas da terceira idade, que frequentam uma agência bancária na cidade de Cacoal. Os entrevistados responderam de maneira metódica a entrevista.

A entrevista é uma etapa muito importante da pesquisa, Marconi e Lakatos (1996, p. 86-87), descreve algumas medidas na elaboração da entrevista:

- a) Planejamento da entrevista: deve ter em vista o objetivo a ser alcançado.
- b) Conhecimento prévio do entrevistado: objetiva conhecer o grau de familiaridade dele com o assunto.
- c) Oportunidade da entrevista: marcar como antecedência a hora e o local, para assegurar-se de que será recebido.
- d) Condições favoráveis: garantir ao entrevistado o segredo de suas confidências e de sua identidade.
- e) Contato com líderes: espera-se obter maior entrosamento com o entrevistado e maior variabilidade de informações.
- f) Conhecimento prévio do campo: evita desencontros e perda de tempo.
- g) Preparação específica: organizar roteiro u formulário com as questões importantes.

Os sujeitos da pesquisa foram 40 idosos que utilizavam os serviços bancários no período de 27de maio a 10 de junho de 2016. Os sujeitos foram selecionados de forma aleatória, conforme o momento de chegada dos mesmos na agência bancária.

Os dados foram coletados por meio de uma entrevista semiestruturada feita com as pessoas idosas de uma agência bancária, onde os clientes entrevistados responderam sobre os

diversos aspectos inerentes ao atendimento que é realizado nos caixas de autoatendimento.

O artigo foi estruturado conforme o Manual de Elaboração do Artigo Científico do curso de Administração da Universidade Federal de Rondônia – UNIR, Campus Professor Gonçalves Francisco Quiles elaborado conforme Silva, Torres Neto e Quintino (2010). A pesquisa seguiu as normas estabelecidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Os sujeitos da pesquisa não foram identificados, visando o sigilo quanto aos dados e opiniões estabelecidos na pesquisa, utilizando assim, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (ANEXO A). A pesquisa respeita a moral dos trabalhos envolvidos, sendo todos os autores utilizados mencionados na pesquisa, não havendo qualquer tipo de plágio ou fraude por parte do autor, conforme o Termo de Isenção de Responsabilidade (ANEXO B).

3 RESULTADOS E ANÁLISES DOS DADOS

A entrevista realizada trata-se sobre a qualidade no atendimento e os processos tecnológicos que a agência possui e as dificuldades que as pessoas da terceira idade encontram ao chegar à agência. Com base nesses dados foi possível gerar informações capazes de responder aos objetivos da pesquisa.

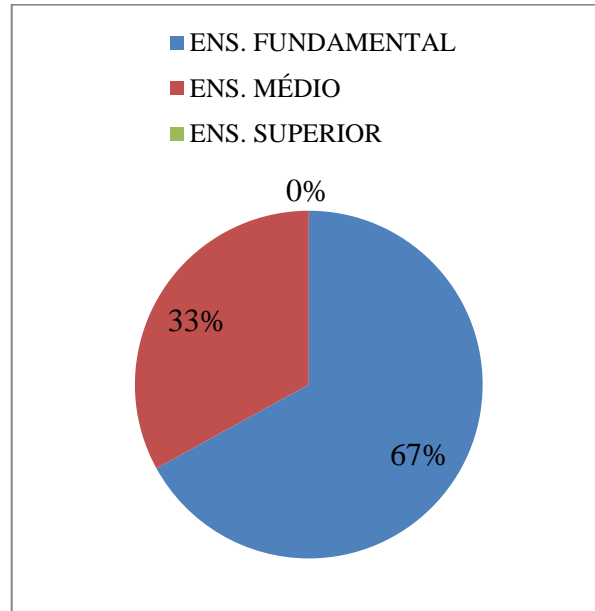
3.1 PERFIL DOS CLIENTES DA TERCEIRA IDADE

Participaram da pesquisa 40 (quarenta) pessoas idosas, sendo que 45% dos entrevistados são mulheres e 55% são homens, a justificativa para essa diferença entre os participantes da pesquisa se dá pelo fato de que os homens demonstram mais disponibilidade em responderem ao formulário, e as mulheres são as que mais tiveram receio de responder à entrevista. Seja por medo de responderem as questões da entrevista, por pressa ou até mesmo por pensarem que essa entrevista fosse realizada pela agência bancária, mesmo com o esclarecimento das dúvidas sobre os destinos da entrevista algumas mulheres não se dispuseram a responder. Em contrapartida houve aqueles idosos em que não oporam em responder a entrevista, pois ficaram agradecidos pela atenção oferecida aos mesmos, e esperam que se obtenha o resultado esperado.

O Gráfico01, apresenta relação dos entrevistados que frequentam/freqüentaram o

ensino fundamental, ensino médio e o ensino superior, apresentando em seguida quais os motivos que levaram os mesmos a não conclusão da escolaridade que alguns dos entrevistados puderam nos descrever.

Gráfico 01: Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Verificou-se que 67% fizeram somente o ensino fundamental, 33% o ensino médio e nenhum dos entrevistados relataram ter feito o ensino superior. Dos 67% que fizeram o ensino fundamental, 05 (cinco) deles, identificados com B1; B2; B3; B4 e B5 relatam os motivos pelos quais não chegaram a terminar o ensino fundamental ou não puderam continuar no ensino médio, conforme extrato de verbalizações:

“Não consegui terminar os estudos porque no meu tempo não tinha como continuar a estudar, pois, a minha família precisava de ajuda, então tive que começar a trabalhar.” (B1)

“Só terminei o ensino fundamental, tive que ajudar na renda de casa, naquele tempo não dava pra estudar e trabalhar.” (B2)

“Antes não tínhamos essas facilidades de estudo que tem hoje, antes era somente o básico, se quiser estudar tinha que passar por muitas dificuldades.” (B3)

“Terminei o ensino fundamental, queria continuar a estudar, mas tive que começar a trabalhar muito cedo, daí decidi parar os estudos.” (B4)

“Consegui terminar o ensino fundamental, mas não consegui continuar porque tive que trabalhar pra poder ajudar em casa.” (B5)

Nota-se que alguns dos entrevistados não puderam concluir os estudos por motivos

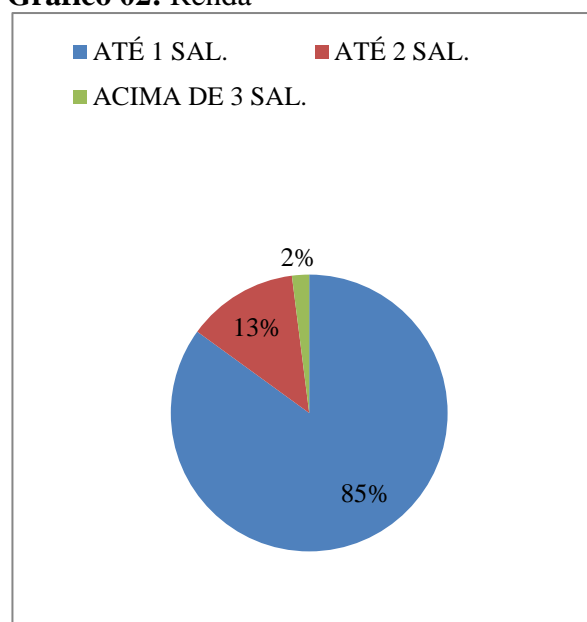
personais, a exemplos: para trabalhar, ajudar a família e também a falta de oportunidade e facilidade. O que nos dias atuais pode-se encontrar com mais agilidade do que nos tempos passados. Esses entrevistados explicam o motivo de não terem concluído os estudos ou não puderam iniciar uma nova etapa na vida estudantil, não seria somente pela falta de vontade, mas sim, pela falta de oportunidade e auxílio para os próprios, causando dificuldades para prosseguir com os estudos.

Portanto, alegam que teriam vontade de concluir os estudos ou iniciar uma nova etapa freqüentando escolas e aprendendo mais. Mas o problema que surge para essas pessoas idosas seria a idade avançada e por não possuírem mais ânimos.

Ainda relatam que a falta de conhecimento em relação à algumas áreas trazem bastantes dificuldades para eles nos dias atuais, pois em todo lugar tem algo diferente e inovador em que os mesmos não conhecem, principalmente no setor bancário, onde as dificuldades para realizarem suas transações de serviços são enormes, precisando assim de um funcionário competente para os ajudar.

Em seguida, o gráfico 2, irá apresentar qual a renda obtida pelos entrevistados. A porcentagem relativa até um salário, até dois salários e os que recebem acima de três salários.

Gráfico 02: Renda



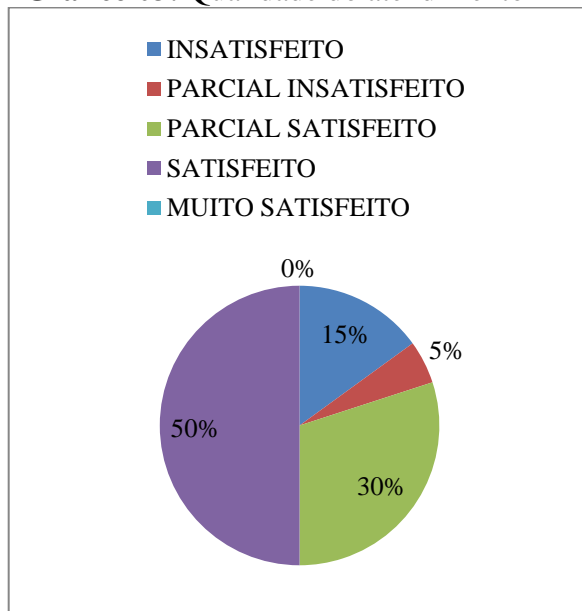
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A pesquisa mostra que 85% dos entrevistados recebem em torno de 1 (um) salário mínimo, 13% até 2 (dois) salários mínimos e 2% acima de 2 (dois) salários.

3.2 QUALIDADE DO ATENDIMENTO E AUXÍLIO DOS FUNCIONÁRIOS

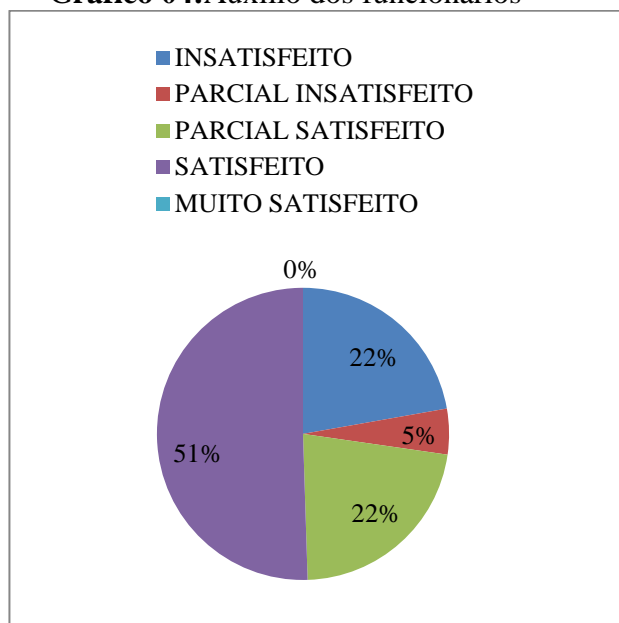
Quanto a percepção dos entrevistados em relação a qualidade no atendimento e ao auxílio recebido pelos funcionários das agências bancárias, os Gráficos 03 e 04 evidenciam os principais resultados.

Gráfico 03: Qualidade do atendimento



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

No quesito qualidade do atendimento, apresentado no gráfico 3, os resultados mostram que 50% dos entrevistados dizem estar satisfeitos com a qualidade do atendimento, 30% parcialmente satisfeitos, 15% insatisfeitos, 5% parcialmente insatisfeitos e nenhum dos entrevistados responderam estar muito satisfeitos com o atendimento. Verifica-se que a maioria dos entrevistados está satisfeita com o atendimento realizado pela agência bancária. Porém, há a necessidade da agência bancária se preocupar com a minoria que está insatisfeita, criando estratégias para resolver as insatisfações dos clientes.

Gráfico 04:Auxílio dos funcionários

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

O gráfico 4, apresenta que 51% dos entrevistados estão satisfeitos com o auxílio dos funcionários, 22% teve um empate entre os entrevistados que disseram estar satisfeitos e com os parcialmente insatisfeitos, uma minoria com 5% dos entrevistados dissera estar insatisfeitos com a forma de auxílio dos funcionários e nenhum dos entrevistados disseram estar muito insatisfeitos.

Os clientes buscam uma forma de atendimento com qualidade na busca pelo auxílio dos funcionários, um fator determinante para quem precisa dos serviços bancários, pois, aquele idoso (a) que não tem entendimento nesse serviço precisa da ajuda de um responsável capacitado e preparado para a realização daquele serviço, para que assim o cliente possa se sentir seguro em passar seus dados e sair da agência com satisfação, tendo a certeza de que foram resolvidos seus problemas.

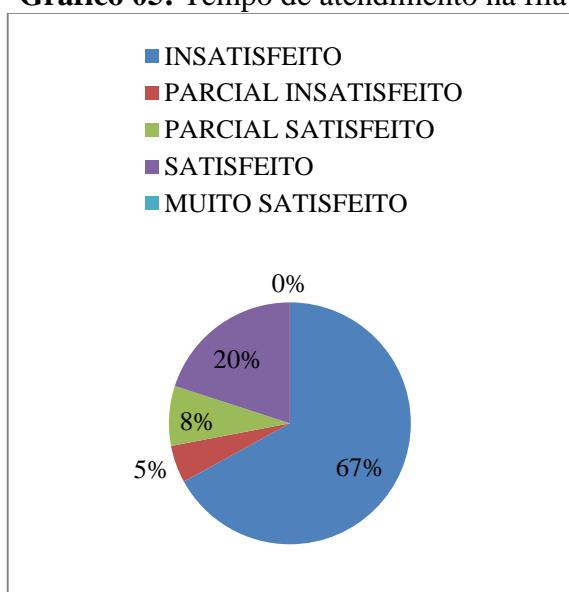
Conforme um estudo realizado por Rodrigues (2012, p.14) “[...], deve ser observado se existe uma maior atenção nas políticas destas instituições bancárias, em buscar maneiras de capacitar, investir em tecnologia e treinamento”. Interferindo assim na qualidade de atendimento das agências bancárias, capacitando e treinando o funcionário para que possa receber os clientes e estar capacitados para prestação de seus serviços, auxiliando os mesmos para que possam se deslocar da agência satisfeitos com o atendimento recebido. Quando os funcionários são treinados e capacitados a atender e prestar serviços com clareza e eficiência

para os clientes, existe por parte dos clientes uma forma de agradecimento aos mesmos, podendo sair da agência de forma satisfeita e confiante nos serviços prestados a eles.

3.4 TEMPO DE ATENDIMENTO NA FILA E A SER ATENDIDO

Um fator limitante para as agências bancárias é a questão do tempo em que os clientes levam para serem atendidos e resolverem suas transações bancárias dentro da agência. Um cuidado especial é com as pessoas da terceira idade, pois, não tem a mesma resistência que os mais jovens e são mais propensos a ficarem cansados nas filas, em espera pelo atendimento. O que faz com que a agência proponha um melhor atendimento e a satisfação do cliente, em questão do tempo a ser levado é um fator determinante e que faz com que a agência perca pontos em sua imagem. Os gráficos 5 e 6 evidenciam esses resultados.

Gráfico 05: Tempo de atendimento na fila

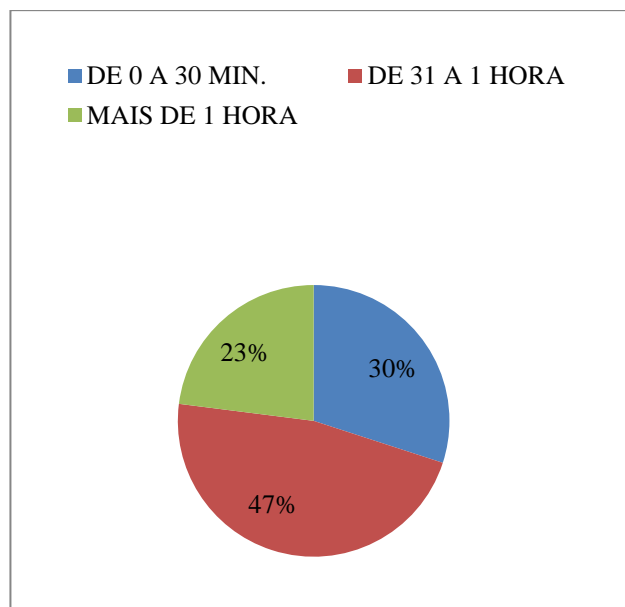


Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O gráfico 5 evidencia que 67% dos entrevistados estão insatisfeitos em relação ao tempo de atendimento nas filas, 20% estão satisfeitos, 8% parcialmente satisfeitos, 5% parcialmente insatisfeitos e nenhum dos entrevistados disseram estar muito satisfeitos. Esse fator de tempo é o que as agências devem se preocupar e dar atenção, tentar reduzir o tempo nas filas de autoatendimento, agilizar em relação aos funcionários são fatores que proporcionam o bem-estar dos clientes, pois, cliente satisfeito é cliente que retornará a agência com gratidão pelos serviços ali prestados.

Em seguida o gráfico 6 apresenta o tempo que os entrevistados levam para ser atendidos dentro da agência.

Gráfico 06: Tempo a ser atendido

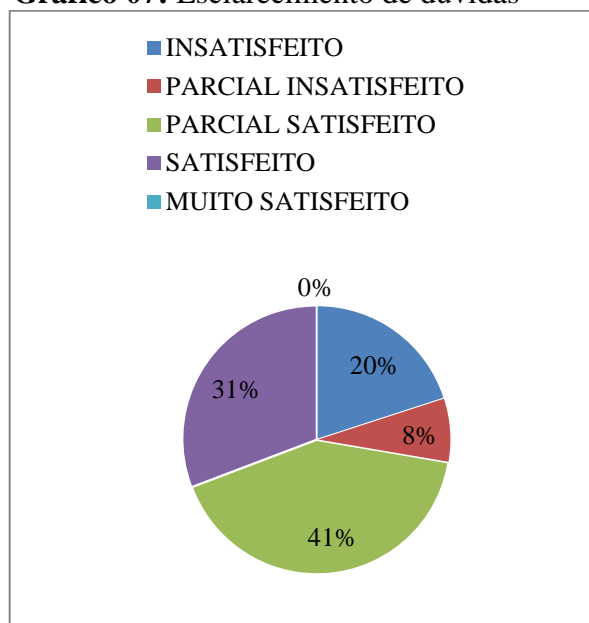


Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Um percentual de 47% diz que demoram em média de 31 (trinta e um) minutos à 1 (uma) hora para serem atendidos, 30% demoram em média até 30 (trinta) minutos a serem atendidos e 23% relataram que levam mais de 1(uma) hora para serem atendidos na agência. Reduzir o tempo de espera nas filas é muito importante para a imagem da empresa, o que faz dela ser uma agência com estratégias diferenciadas e competitivas em relação aos concorrentes no mesmo setor, que com os avanços da tecnologia estão à procura de um melhor sistema e de fidelizar a cada dia mais seus clientes, utilizando estratégias inovadoras.

3.5 ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

Funcionários preparados e capacitados propõem um atendimento com qualidade, pois, estão capacitados para seu serviço, podendo ajudar e prestar seus serviços aos clientes que precisam, seja tirando dúvidas, explicando o processo de atendimento e ajudando nas transações bancárias para aqueles que não possuem um entendimento melhor sobre o sistema bancário. Para isso faz-se necessário que a agência tenha funcionários preparados para este serviço, trazendo segurança e confiança em suas informações. Conforme o gráfico 07, que apresenta o esclarecimento de dúvidas.

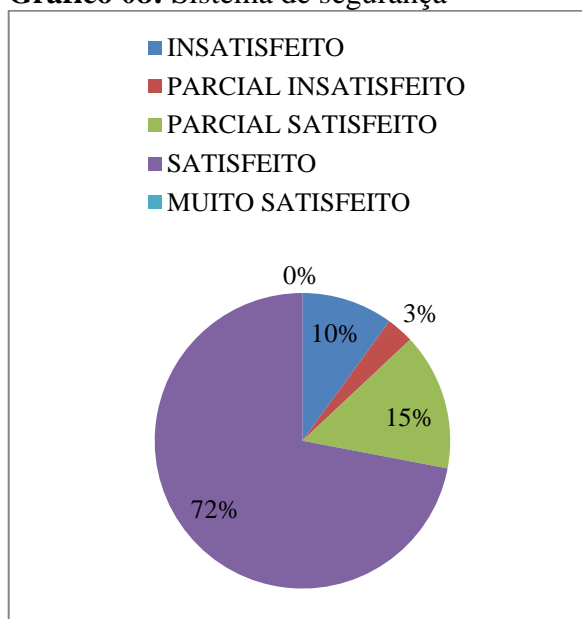
Gráfico 07: Esclarecimento de dúvidas

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Verifica-se através do gráfico 7, que 41% dos entrevistados estão parcialmente satisfeitos em relação ao esclarecimento de dúvidas, 31% estão satisfeitos, 20% estão insatisfeitos e uma pequena parcela com 8% dos entrevistados dizem estar parcialmente insatisfeitos com o esclarecimento de dúvidas por parte dos funcionários. Conforme o gráfico nota-se que a uma parcela grande dos entrevistados que afirmam estar satisfeitos com o serviço de esclarecimento de dúvidas, o que mostra que a agência possui funcionários prestativos e eficientes em seu serviço.

3.6 SISTEMA DE SEGURANÇA

Em relação ao sistema de segurança oferecido aos seus clientes, a agência tem por obrigação ser segura e passar essa segurança para seus clientes, para que no momento em que realizarem seus serviços, como depósitos e saques possam se sentirem protegidos. Assim como a agência bancária deve por obrigação divulgar em um local visível por todos que ali frequentam o horário de funcionamento e se houver alguma alteração deve ser feito o comunicado, assim como câmeras da segurança, iluminação e estacionamento seguro. Apresentando o gráfico 08, com informações sobre o sistema de segurança da agência:

Gráfico 08: Sistema de segurança

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O gráfico 8 apresenta que 72% dos entrevistados estão satisfeitos com o sistema de segurança adotado pela agência bancária, 15% estão parcialmente satisfeitos, 10% estão insatisfeitos e 3% parcialmente insatisfeitos com a segurança que a agência mantém. Verifica-se que o método que a agência possui relacionado ao sistema de segurança é confiável e agrada aos clientes que ali se dirigem.

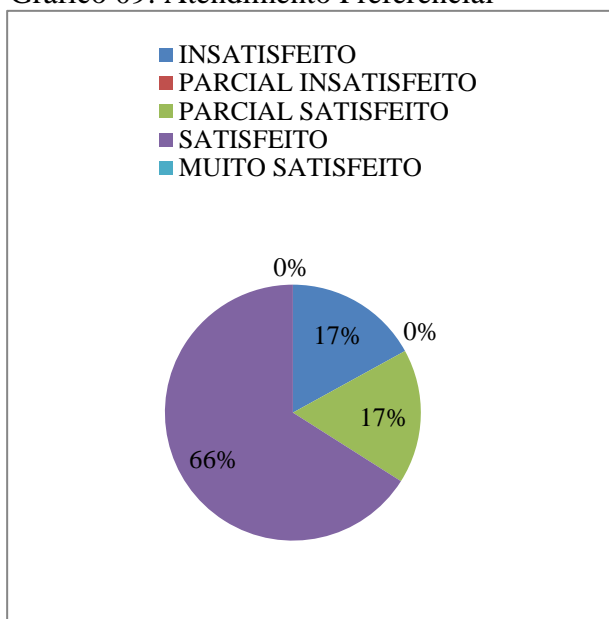
Algumas atitudes nesse sentido seriam, por exemplo, a instalação de um sistema adequado de iluminação ao redor dos caixas, a oferta de vagas de estacionamento perto das máquinas e a colocação de câmaras de vídeo em locais visíveis de desencorajar assaltantes. Além disso, seria importante possibilitar aos clientes que sempre tivessem, dentro do quiosque do autoatendimento, uma visão desobstruída do local por meio, por exemplo, de paredes transparentes (SCHEUER, 2001, p.4).

O autor apresenta formas de segurança para a agência bancária, que são uma boa iluminação em volta dos caixas de autoatendimento, um estacionamento seguro para seus clientes, com menos chances de serem assaltados no momento em que se deslocarem para seus veículos e também a colocação de câmeras de segurança. Caso a agência resolva atender a esses fatores ela possui uma chance maior de proporcionar segurança aos seus clientes, oferecendo mais confiança na agência e podendo vir a mais vezes para realizarem seus serviços bancários sem preocupação.

3.7 ATENDIMENTO PREFERENCIAL E DESCONFORTO NA SALA DE AUTO-ATENDIMENTO

Em observância ao atendimento preferencial nas agências bancárias, nota-se a satisfação dos clientes quanto a esse quesito, sendo obrigatória essas normas de atendimento prioritário em todas as agências bancárias. Conforme apresenta o gráfico 09:

Gráfico 09: Atendimento Preferencial



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

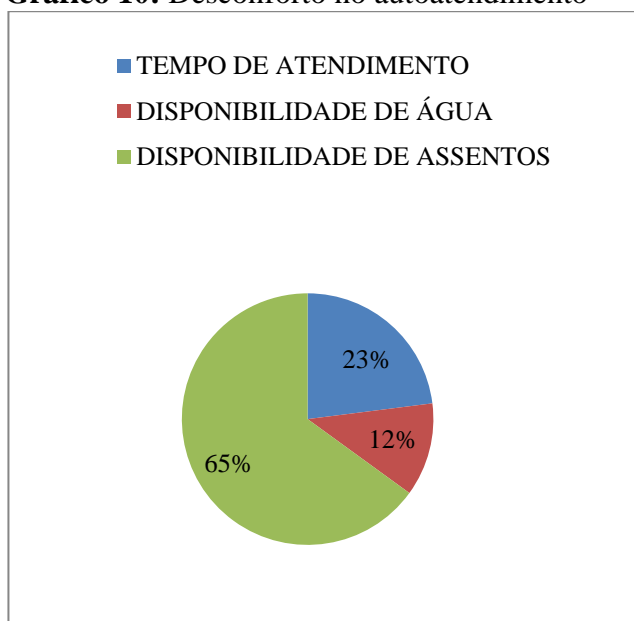
O atendimento preferencial deve ser para os idosos, gestantes, lactantes, pessoas com deficiência e pessoas com criança de colo. O atendimento preferencial compreende um atendimento diferenciado dos outros atendimentos normais que a agência possui, esse atendimento tem que ser rápido e eficiente, para que os clientes possam ter certeza do bom atendimento, tendo em vista que os mesmos têm que ter uma visibilidade boa dos assentos sinalizados e reservados e tendo uma adaptação também para os cadeirantes. Para que assim possa facilitar a entrada dos mesmos na agência.

De acordo com o gráfico 9, sobre o atendimento preferencial nas filas, 66% dos entrevistados apresentam satisfação com esse atendimento prioritário, alegando que esse atendimento poderia melhorar mais, 17% dos entrevistados dizem estar insatisfeitos e o mesmo percentual dos entrevistados dizem estar parcialmente satisfeitos. Essa pequena parcela dos entrevistados pode ter passado por momentos desagradáveis na agência quanto a esse

quesito, mas não quiseram nos relatar, mas o que apresentam são insatisfações e a outra parcela parcialmente satisfeita.

O gráfico 10 apresenta a concepção das pessoas da terceira idade em relação ao desconforto na sala de autoatendimento que os clientes sentem, ao chegarem na agência bancária.

Gráfico 10: Desconforto no autoatendimento



Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Observa-se no gráfico 10 que 65% dos entrevistados relatam ter um desconforto muito grande nas filas de autoatendimento, apresentando que o fator mais crítico entre eles é a indisponibilidade de assentos, que a agência bancária deveria dar mais atenção a esse lado dos clientes. Muitas vezes chegam clientes mais idosos que precisam do atendimento bancário, mas se sentem desconfortáveis, muitos por estarem doentes e criticam que não podem ficar muito tempo em pé. Com a demora do atendimento como apresenta 23% dos entrevistados, relatam que o tempo de atendimento é muito longo, acabam demorando muito para a realização do serviço e os mesmos tem que aguardar na fila e em pé mesmo. Em contrapartida, 12% dos entrevistados acreditam que poderia haver a disponibilidade de bebedouros para que assim possam esperar o momento do atendimento com mais conforto, assim como também não deixam de concordar com os demais a respeito da falta de assentos e a demora no atendimento.

Diante dos vários conceitos sobre atendimento com qualidade apresentado pelos autores, foi possível identificar que para uma agência bancária apresenta um atendimento com qualidade. Ela precisa ter em seus planos e em primeiro lugar a relação cliente, funcionário e atendimento, pois, é um fator determinante para que a agência possa seguir em frente, diante de tantas diversidades que o mercado apresenta. O cliente é quem faz a imagem da empresa, sendo assim, a empresa deve apresentar meios atrativos e confiáveis para seus clientes.

Não deixando de analisar as questões do sistema de segurança da agência bancária, os gerentes responsáveis pela agência têm por obrigação fazerem diariamente a verificação desse sistema, propondo aos seus clientes confiança e segurança na realização do serviço, pois, ao se tratar de questões relacionadas ao recebimento, saques e depósitos, o cuidado é maior, qualquer cuidado é indispensável.

Em contrapartida os resultados obtidos através da pesquisa apresentam algumas contradições em relação à teoria e prática dos conceitos. Na teoria os conceitos apresentam diversas formas de mostrar aos gerentes as várias formas de como a empresa deve seguir diante de uma situação, e na prática, a agência apresenta resultados diferentes do esperado. Apesar dos clientes em uma maioria estarem satisfeitos com alguns pontos sobre a agência, existem aqueles que não estão satisfeitos e que a agência não deve deixar de lado, optando por uma busca de opiniões através de entrevistas e pesquisas, procurando saber o que o cliente acha do atendimento, qual a satisfação do mesmo em relação a diversos pontos da empresa, a fim de que apresente resultados positivos e alcance os objetivos esperados da agência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A qualidade bancária no atendimento às pessoas da terceira idade, geralmente requer o fortalecimento da prestação de serviços, a partir do momento em que o cliente entra na empresa obtêm-se a primeira impressão da imagem da pessoa, pois, elas procuram uma prestação de serviços com qualidade, para depositarem sua confiança em suas transações bancárias, propondo um aumento de clientes satisfeitos para a agência, podendo assim incentivar e acrescentar para a agência clientes fiéis e trazendo resultados positivos e somando mais lucros.

A empresa tem por finalidade satisfazer e analisar as necessidades de seus clientes,

objetivando um serviço bem feito, para que os clientes ao receberem o atendimento tenham satisfação no serviço prestado cumprido pelos funcionários da agência. Assim, as empresas procuram agradar seus clientes em seu processo de atendimento, com qualidade na oferta de serviços especializados, garantindo aos clientes uma resposta à busca por seus serviços, onde a empresa opta por maior competitividade, trazendo lucros altamente significantes através da satisfação dos clientes.

A proposta central desse trabalho foi de descrever os fatores determinantes da qualidade na prestação de serviços por parte dos funcionários, qual a forma que os mesmos utilizam para atender os clientes da terceira idade; analisar o nível de percepção dos idosos em relação à qualidade do serviço prestado no contexto da pesquisa, esse nível de satisfação de qualidade alguns dos clientes não aprovam, pois dizem que falta mais atenção por parte dos funcionários; e identificar os principais fatores intervenientes na qualidade da prestação de serviços na visão dos entrevistados. Com isso, estudado esse procedimento foi possível identificar a forma com que a agência trata os clientes, através de uma entrevista realizada com os clientes, como fonte de resposta para seus objetivos. Analisando a satisfação da qualidade percebida pelos clientes da terceira idade em relação ao autoatendimento da agência bancária.

Por meio das entrevistas aplicadas com quarenta idosos que frequentam a agência bancária no município de Cacoal, do estado de Rondônia, foi possível identificar como é feito o atendimento as pessoas da terceira idade, assim como as vantagens e desafios que os mesmos possuem em meio a tantas inovações que estão surgindo no mercado.

Sobre o perfil dos participantes, pode-se verificar que há uma variação de respostas em relação ao atendimento na agência bancária, para os entrevistados é essencial que os funcionários e gerentes da agência saibam como tratar e gerenciar a agência. Para os funcionários é importante que os gerentes façam dinâmicas entre eles com situações que ocorrem no dia a dia, para que assim possam estar preparados e capacitados para agir na hora certa.

Entre as estratégias que a agência bancária possui são a de localidade, que apesar de não ser no centro da cidade, é em um ponto de fácil acesso para todos os clientes, acreditam ter sucesso em seus serviços, pois oferecem formas e serviços diversificados, como também

oferecem em outros pontos junto a outros comércios caixas de autoatendimento, para transações rápidas e que as pessoas não precisem se deslocar até a agência central.

Em relação aos pontos negativos da agência está primeiramente o desconforto em caixas de autoatendimento para as pessoas da terceira idade, pois, os mesmos reclamam da indisponibilidade de assentos, a demora no atendimento por parte de alguns funcionários e também pela indisponibilidade de bebedouros para os clientes em geral. Sendo assim a agência bancária deve organizar e definir estratégias que irão melhorar o atendimento e dar a esses clientes o conforto que buscam.

Sugere-se então que as empresas continuem buscando melhorias em seu atendimento e seus serviços bancários, proporcionando aos clientes uma melhora significativa em seu atendimento, com rapidez e eficiência, não esquecendo as mudanças e os avanços tecnológicos que surgem a cada momento no mercado competitivo que só permanecem os que buscam se adaptar a esse novo método e a fidelização desses clientes para a agência.

A pesquisa teve como fator limitante a indisponibilidade de tempo de alguns dos entrevistados idosos, que não quiseram participar da entrevista por receio ou até mesmo da divulgação dos nomes dos próprios, fazendo com que alguns dos outros idosos também desistissem de participar da pesquisa, com isso, houve um atraso na análise dos dados e a pesquisa ficou estagnada por um tempo.

O estudo contribuiu para os gerentes da agência bancária em questão, em forma de ampliar o conhecimento dos funcionários, treinando os mesmos e capacitando-os para que possam realizar um atendimento com qualidade e eficiência, propondo para os clientes da terceira idade confiança e satisfação na realização dos serviços prestados pelos funcionários da agência.

Como recomendação para trabalhos futuros sugere-se que se faça uma pesquisa com os gerentes da agência bancária, para obter resultados satisfatórios se houve ou não uma mudança significativa na qualidade do atendimento, no tempo levado do atendimento, nos sistemas de segurança e da agilidade dos processos bancários. Assim como também uma pesquisa com os clientes, em relação as novas mudanças que ocorreram e o melhoramento das condições de atendimento para com os mesmos.

REFERÊNCIAS

- 1 CABRAL, Bruno Araújo. **Qualidade no atendimento**. Bruno Araújo Cabral / Niterói, 2006.
- 2 CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. **Gestão da qualidade: conceitos e técnicas** / Luiz Cesar Ribeiro Carpinetti. – 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2012.
- 3 CASTAGNA, Paulo Giovanni Longhi. **O impacto dos tempos de espera em filas de atendimento na satisfação do cliente no segmento Bancário** / Paulo Giovanni LonghiCastagna. Porto Alegre, 2012.
- 4 COSTA, Maria Fernanda Lima; VERAS, Renato. **Saúde Pública e envelhecimento**. Disponível em: <http://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0102-311X2003000300001&script=sci_arttext&tlng=es>. Acesso em 12 de junho de 2016.
- 5 COSTA, Sely M. S. **O novo papel das tecnologias na comunicação científica**. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/1437/1/CAPITULO_NovoPapelTecnologiasDigitaisComunicacaoCientifica.pdf>.
- 6 COSTA, Everton Francisco; NASCIMENTO, Renato Nunes do; PEREIRA, Fernando da Silva. **“Gestão da Qualidade: A Qualidade como fator de Competitividade e Satisfação do Cliente”** / 2011.
- 7 DESIDERIO, MÔNICA. NEVES, Bráulio. **Automação bancária e atendimento a clientes:algumas reflexões**. – 2004.
- 8 DÓCOLAS, Evanguelia Nicolau. **Satisfação dos clientes de terceira idade com o autoatendimento em uma agência do Banco do Brasil**.Evanguelia Nicolau Dócolas / Porto Alegre, 2004.
- 9 ESTEVES, Priscila Silva. SLONGO, Luiz Antonio, ESTEVES, Cristiane Silva. **O crescimento da terceira idade: necessidade de adaptações no mercado**. Priscila Silva Esteves, Luiz AntonioSlongo, Cristiane Silva Esteves / 2012.
- 10 GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**/ Antônio Carlos Gil. – 3. Ed. – São Paulo: Atlas, 1991.
- 11 ISO 9001:2008: **Sistema de gestão da qualidade para operações de produção e serviços** / Carlos Henrique Pereira Mello... [ET al.]. - - São Paulo: Atlas, 2009. Outros autores: Carlos Eduardo Sanches da Silva, João Batista Turrioni, Luiz Gonzaga Mariano de Souza.

12 IBGE – Instituto brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <
http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/perfilidoso/tabela1_4.shtm f>. Acesso em:
 12 abr. 2016.

13 KALACHE, Alexandre; VERAS, Renato P.; RAMOS, Luiz Roberto. **O envelhecimento da população mundial: um desafio novo**. Disponível em:
 <<http://www.scielo.br/pdf/rsp/v21n3/05.pdf>>. Acesso em 12 de junho de 2016.

14 LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** / Eva Maria Lakatos, Marina de Andrade Marconi. - - 3. ed. e ampl. - - São Paulo: Atlas, 1991.

15 MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. - - 3. Ed. Ver. E ampl. - - São Paulo: Atlas, 1991.

16 MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**/ Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - - 3. ed. - - São Paulo: Atlas, 1996.

17 MAZZONI, Alberto Angel. TORRES, Elisabeth Fátima. **Contribuições para uma atenção adequada às pessoas idosas nos serviços de caixa bancário de autoatendimento**. Disponível em: <http://www.scielo.org/pdf/csc/v13n4/19.pdf>. Acesso em: 18/04/16

18 MELLO, Roberto Agostinho de. STAL, Eva. QUEIROZ, Ana Carolina S. **O Banco na Internet: Inovações em Tecnologia da Informação Moldam Novos Serviços Bancários**. Roberto Agostinho de Mello, Eva Stal, Ana Carolina S. Queiroz / Salvador/BA, 2006.

19 MENDES, Marcia R.S.S Barbosa; GUSMÃO, Josiane Lima de. FARO, Ana Cristina Mancussi e; LEITE, Rita de Cássia Burgos de. **A situação social do idoso no Brasil: uma breve consideração**. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ape/v18n4/a11v18n4.pdf>>.

20 PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão estratégica da qualidade: princípios, métodos e processos** / Edson Pacheco Paladini. – 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

21 PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade: teoria e prática** / Edson Pacheco Paladini. – 2. ed. – 10. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

22 PINHEIRO, Cláudia Novaes. FILHO, Luiz Augusto Machado Mendes. **Tecnologias no sistema de auto-atendimento bancário: um estudo de caso sobre a satisfação do cliente**. Cláudia Novaes Pinheiro; Luiz Augusto Machado Mendes Filho / 2004.

23 PITTERI, Sirlei. JÚNIOR, Duilio Nachbar. ARRUDA, Alessandro Gustavo Santos. **As redes de autoatendimento bancário e os idosos: quais as características das ATMS que determinam sua rejeição** / Sirlei Pitteri, Duilio Nachbar Júnior, Alessandro Gustavo Santos Arruda / 2010.

24 RODRIGUES, Janaína de Moura. **Qualidade no atendimento ao cliente: um estudo de caso em uma agência bancária na cidade de Pico-Pi** / Janaína de Moura Rodrigues. – Picos, 2012.

25 SANTOS, Izequias Estevam dos. **Textos selecionados de métodos e técnicas de pesquisa científica** / Izequias Estevam dos Santos – 2. ed. – Rio de Janeiro: Impetus, 2000.

26 SANTOS, Valdecir Nunes dos. Satisfação de clientes. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/1461/1/2008_ValdecirNunesdosSantos.pdf>.

27 SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da, **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses** / Antonio Carlos Ribeiro da Silva. 2. Ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

28 SILVA, Adriano Camiloto da. TORRES NETO, Diogo Gonzaga, QUINTINO, Simone Marçal. **Manual de Elaboração do Artigo Científico do Curso de Administração**. Cacoal: UNIR, 2010.

29 SCHEUER, Lucio. **A qualidade do atendimento eletrônico em uma agência bancária segundo a percepção de seus clientes**. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/80137/186986.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>.

30 TEIXEIRA, Francisco Lima Cruz; CAVALCANTE, Luiz Ricardo Mattos Teixeira. **Relações entre tecnologia, padrões organizacionais e produtividade no setor bancário no Brasil** / Francisco Lima Cruz Teixeira, Luiz Ricardo Mattos Teixeira Cavalcante / São Paulo, 2005.

31 TINOCO, Maria Auxiliadora Cannarozzo; RIBEIRO, José Luis Duarte. Uma nova abordagem para a modelagem das relações entre os determinantes da satisfação dos clientes de serviços. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prod/v17n3/a05v17n3.pdf/>>.

32 VERAS, Renato. **Em busca de uma assistência adequada à saúde do idoso: revisão da literatura e aplicação de um instrumento de detecção precoce e de previsibilidade de agravos**. Disponível em: <<http://www.scielo.org/pdf/csp/v19n3/15874>>.

33 VERAS, Renato. **Fórum. Envelhecimento populacional e as informações de saúde do PNAD: demandas e desafios contemporâneos. Introdução**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2007001000020&lng=pt>. Acesso em 12 de junho de 2016.

34 ZACHARIAS, Maria Luiza Barcellos. Determinantes da satisfação dos clientes com serviços bancários. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S1676-56482008000200002.pdf>.

ANEXOS

TERMO A:TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa **sobre a percepção da qualidade no atendimento à pessoa idosa na agência banco do Brasil na cidade de Cacoal Rondônia**, no caso de você concordar em participar, favor assinar ao final do documento. Sua participação não é obrigatória, e, a qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador (a) ou com a instituição.

Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e endereço do pesquisador (a) principal, podendo tirar dúvidas do projeto e de sua participação.

PROGRAMA:Graduação em Administração da UNIR – Fundação Universidade Federal de Rondônia

PESQUISADOR(A) RESPONSÁVEL: Beatriz BuschGabercht

ENDEREÇO: AV.: Sete de Setembro, nº 4230

TELEFONE: (69) 9252-9306

OBJETIVOS: Descrever os fatores determinantes da qualidade na prestação de serviços. Analisar o nível de percepção dos idosos em relação à qualidade do serviço prestados no contexto da pesquisa. Identificar os principais fatores intervenientes na qualidade da prestação de serviços, na visão dos entrevistados.

PROCEDIMENTOS DO ESTUDO:Os dados coletados serão tabulados e analisados para fechamento do Artigo para Graduação no curso de Administração da Universidade Federal de Rondônia.

RISCOS E DESCONFORTOS: A pesquisa não oferece nenhum risco ou prejuízo ao participante.

BENEFÍCIOS: Apresentar resultados satisfatórios sobre o atendimento com qualidade aos idosos.

CUSTO/REEMBOLSO PARA O PARTICIPANTE: Não haverá nenhum gasto ou pagamento com sua participação.

CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA: Garantia de sigilo que assegure a sua privacidade quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa. Os dados e o seu nome não serão divulgados.

Assinatura do Participante: _____

ANEXO B: TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Eu, BEATRIZ BUSCH GABERCHT, DECLARO, para todos os fins de direito e que se fizerem necessários que isento completamente a Fundação Universidade Federal de Rondônia – Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles em Cacoal, o orientador e os professores indicados para comporem o ato de defesa presencial, de toda e qualquer responsabilidade pelo conteúdo e ideias expressas no presente trabalho de conclusão de curso.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado.

Cacoal / RO, __ de _____ de 2016.

Beatriz Busch Gabercht

APÊNDICE

APÊNDICE A: ROTEIRO DA ENTREVISTA

PERFIL DOS PARTICIPANTES

1 – Sexo

☐ Feminino ☐ Masculino

2 - Escolaridade

☐ Ensino Fundamental ☐ Ensino médio ☐ Ensino Superior

3- Qual sua renda mensal?

4- Como você se sente em relação à qualidade do atendimento dessa agência?

☐ Insatisfeito ☐ Parcialmente Insatisfeito ☐ Parcialmente Satisfeito ☐ Satisfeito
☐ Muito Satisfeito.

5- Como você se sente em relação ao nível de satisfação com o tempo de atendimento na fila?

☐ Insatisfeito ☐ Parcialmente Insatisfeito ☐ Parcialmente Satisfeito ☐ Satisfeito
☐ Muito Satisfeito.

6-Caso você tenha vindo a agência para resolver problemas, quanto tempo em média você demora para ser atendido?

☐ De 10 a 30 minutos ☐ De 30 minutos a 1 hora ☐ Mais de 1 hora

7- Como você se sente em relação à satisfação com o esclarecimento de dúvidas e informações por parte dos funcionários?

☐ Insatisfeito ☐ parcialmente Insatisfeito ☐ parcialmente Satisfeito ☐ Satisfeito
☐ Muito Satisfeito.

8- Como você se sente em relação ao nível de satisfação quanto aos funcionários disponíveis para auxiliar nos terminais automáticos?

☐ Insatisfeito ☐ parcialmente Insatisfeito ☐ parcialmente Satisfeito ☐ Satisfeito
☐ Muito Satisfeito.

9- Como você se sente em relação ao nível de satisfação em relação a eficiência no sistema de segurança?

☐ Insatisfeito ☐ parcialmente Insatisfeito ☐ parcialmente Satisfeito ☐ Satisfeito
☐ Muito Satisfeito.

10- Como você se sente em relação ao nível de satisfação no atendimento preferencial, como idosos, gestantes, pessoas com criança de colo, dentre outros?

☐ Insatisfeito ☐ parcialmente Insatisfeito ☐ parcialmente Satisfeito ☐ Satisfeito
☐ Muito Satisfeito.

11- Como você se sente em relação ao nível de satisfação em relação ao conforto na fila?

☐ Insatisfeito ☐ parcialmente Insatisfeito ☐ parcialmente Satisfeito ☐ Satisfeito
☐ Muito Satisfeito.

12- Fale-me sobre o que lhe causa desconforto no ambiente da sala de autoatendimento?